Comment les Québécois utilisent-ils et cherchent-ils sur Internet ?

Étude réalisée par Skooiz.com en Mai 2009

©2009 Skooiz

Introduction

Internet évoluant sans cesse, il est important de vérifier si ses utilisateurs évoluent au même rythme et acquièrent de nouvelles compétences et/ou habitudes à l'utilisation des divers outils proposés : moteurs de recherches, options de courriels, sites préférés, etc. C'est la raison pour laquelle nous avons récidivé encore cette année et avons mené une nouvelle enquête sur les habitudes des québécois sur Internet en 2009. En plus de vérifier l'évolution de l'utilisation des moteurs de recherche, nous avons exploré davantage la question des courriels et introduit le sujet des réseaux sociaux.

Méthodologie

Nous avons réalisé un sondage en ligne, composé de trente questions posées à l'ensemble des membres Toutacoup. Cet effort nous a permis de compiler les réponses de près de 7200 répondants.

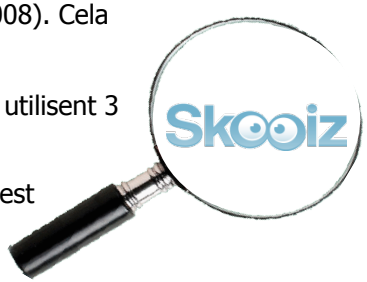
Résultats

Les résultats de l'étude de 2009 démontrent une certaine constance par rapport aux années précédentes. L'utilisation d'Internet fait parti des habitudes des québécois qui en font un usage quotidien. Certains indices portent toutefois à croire qu'il y a un changement d'attitude des internautes québécois qui deviennent plus critiques et exigeants face aux résultats de leurs recherches.

©2009 Skooiz

Les résultats marquants de l' étude

- Les Québécois sont des utilisateurs du Web avertis. 82% se connectent quotidiennement et près de 48% ont fait des achats en ligne durant les 6 derniers mois.
- Pour l' information, les internautes québécois se réfèrent en majorité à Google (23%) qui devance maintenant les sites reconnus tel que Canoë et Cyberpresse. MSN Sympatico est le choix #1 pour le divertissement pour 20% des répondants mais est presque ex quo avec Facebook et YouTube, dont la popularité est de plus en plus importante, qui ont chacun 19% des réponses. En matière de voyage, le site www.voyagesarabais.com est consulté par une majorité de répondants. Le site d' Expedia, qui était favori l' an dernier, est passé au deuxième rang.
- La messagerie électronique est la principale utilisation d'Internet au quotidien pour 50% des répondants. L'utilisation des moteurs de recherche arrive en deuxième. Un peu plus de 31% des répondants utilisent cette fonction au quotidien.
- Hotmail est le service de courriel préféré par 50% des répondants.
- Sans surprise, Google est le moteur de recherche utilisé en premier par 82% des internautes québécois. La version .ca est sélectionnée par 60% des répondants et 30% choisissent la version .com.
- En comparaison à l'année dernière, le niveau de satisfaction par rapport aux résultats de recherche à diminué. 77% des répondants se disent satisfaits des résultats de recherche (80% en 2008) et 15% ne sont pas satisfaits (13% en 2008). Cela porte à croire que les utilisateurs deviennent plus critiques et exigeants envers les outils de recherche.
- Lorsque les internautes recherchent sur un moteur, ils sont 40% à formuler une requête de 2 mots et près de 35% utilisent 3 mots.
- Près de 40% des sondés ne remarquent pas les liens sponsorisés dans les résultats de recherche. Cette statistique est identique au résulat de 2008.



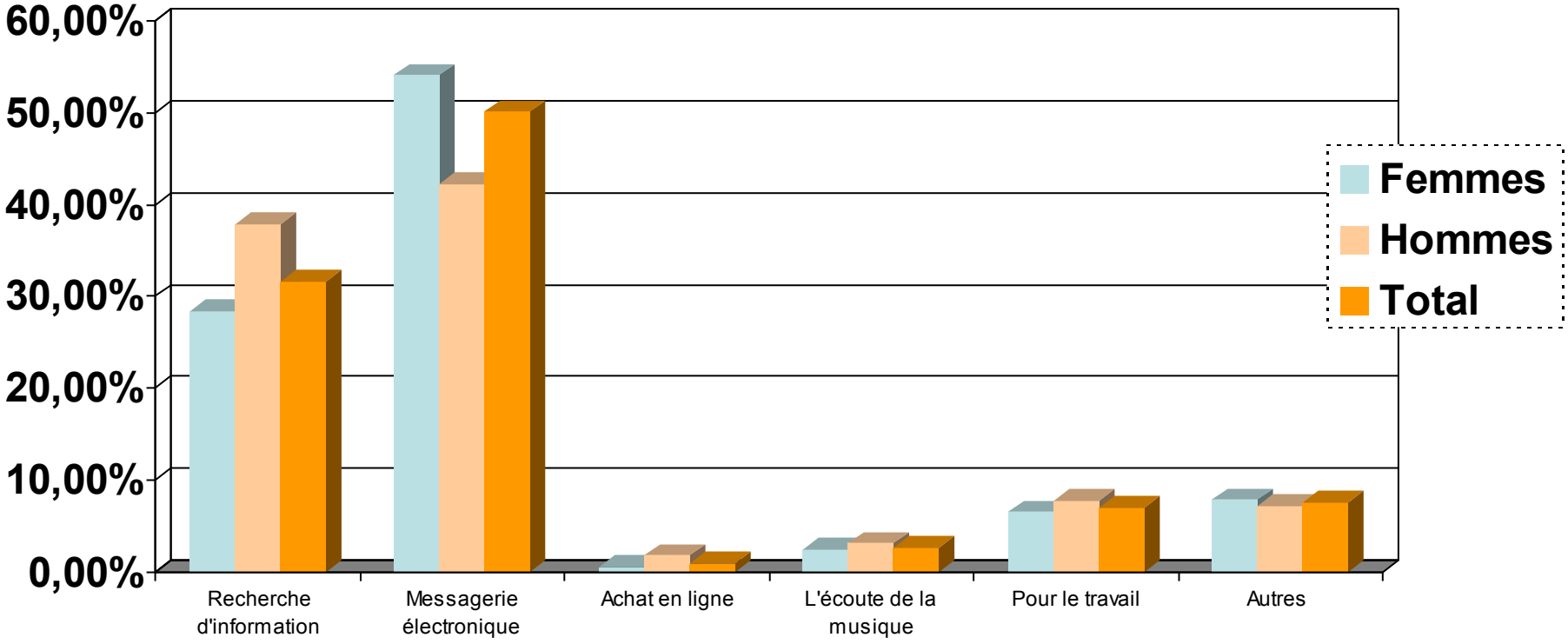
©2009 Skooiz

Sommaire des habitudes sondées

1. Quelle est votre principale utilisation d' Internet ?
2. Depuis combien de temps utilisez-vous Internet?
3. À quelle fréquence utilisez-vous Internet ?
4. Quels sont vos sites web préférés?
   - Sites d'information
   - Sites de divertissement
   - Sites de voyage
   - Sites d'achat de produits culturels
5. Avez-vous fait des achats en ligne au cours des 6 derniers mois ?
   - En fonction du genre
   - Par tranche d'âge
6. Quel a été le montant moyen de ces achats ?
   - En fonction du type d'achat
7. Quel(s) type(s) d' achat avez-vous fait en ligne?
8. Quel site de recherche ou moteur utilisez-vous en priorité ?
9. Quel site de recherche ou moteur utilisez-vous comme alternative?
10. Êtes-vous satisfait des résultats de recherche affichés?
11. En moyenne, combien de mots-clés utilisez-vous pour faire vos recherches ?
12. Si vous n' êtes pas satisfait des résultats de recherche, que faites-vous ?
13. Sur combien de résultats ou liens cliquez-vous suite à une recherche?
14. Si vous ne trouvez pas ce que vous cherchez, à partir de combien de pages de résultats reformulez-vous votre requête?
15. Plusieurs moteurs de recherche offrent des résultats commerciaux ou sponsorisés. Avez-vous remarqué ces liens ?
16. À l' affichage des liens commerciaux, trouvez-vous que les liens proposés sont pertinents avec votre recherche ?
17. Quels sont vos services de messagerie/courriels préférés?
18. Combien de courriels publicitaires ou lettres d'information acceptez-vous de recevoir volontairement ou auxquelles vous êtes abonné?
19. Êtes-vous abonné ou membre d'un site communautaire?
20. Sur quels sites communautaires êtes-vous membres? (si oui à la question précédente)
21. Profil des répondants

©2009 Skooiz

1. Quelle est votre principale utilisation d' Internet ?

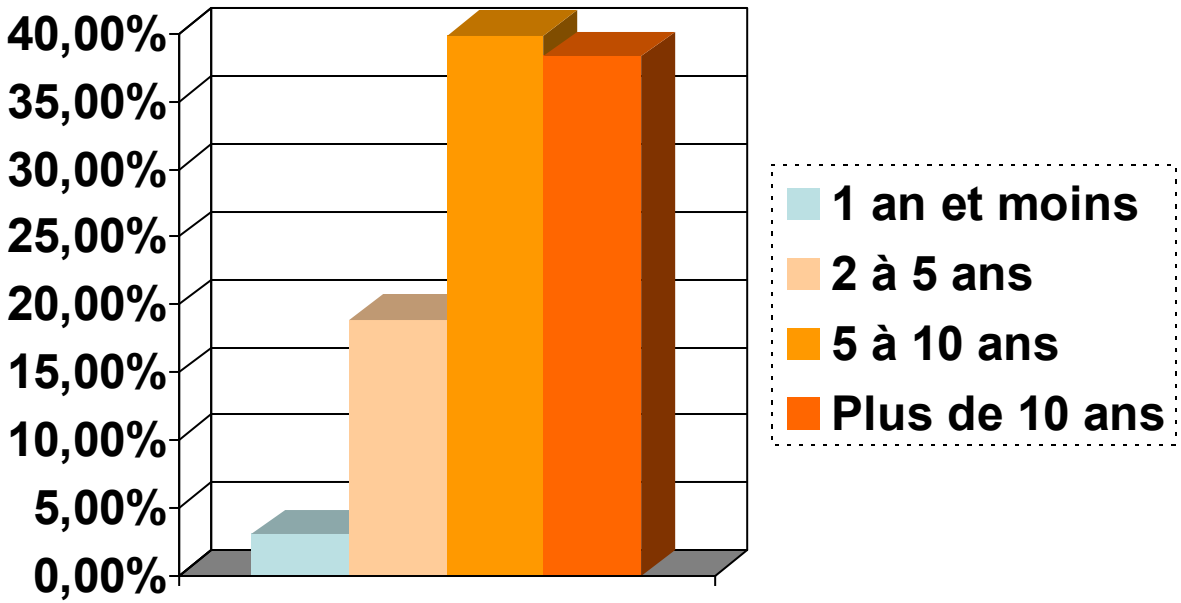


Les Québécois utilisent principalement le Web pour la messagerie électronique, à 50%. Ils sont 31% à se connecter pour la recherche d' information et 7% l' utilisent dans le cadre de leur travail. Enfin, près de 3% s' en servent pour écouter de la musique et 1% pour les achats en ligne.

Les comportements hommes/femmes sont assez similaires. On peut néanmoins souligner que les hommes utilisent un peu moins le web pour la messagerie et un peu plus pour la recherche d' information.

©2009 Skooiz

2. Depuis combien de temps utilisez-vous Internet ?



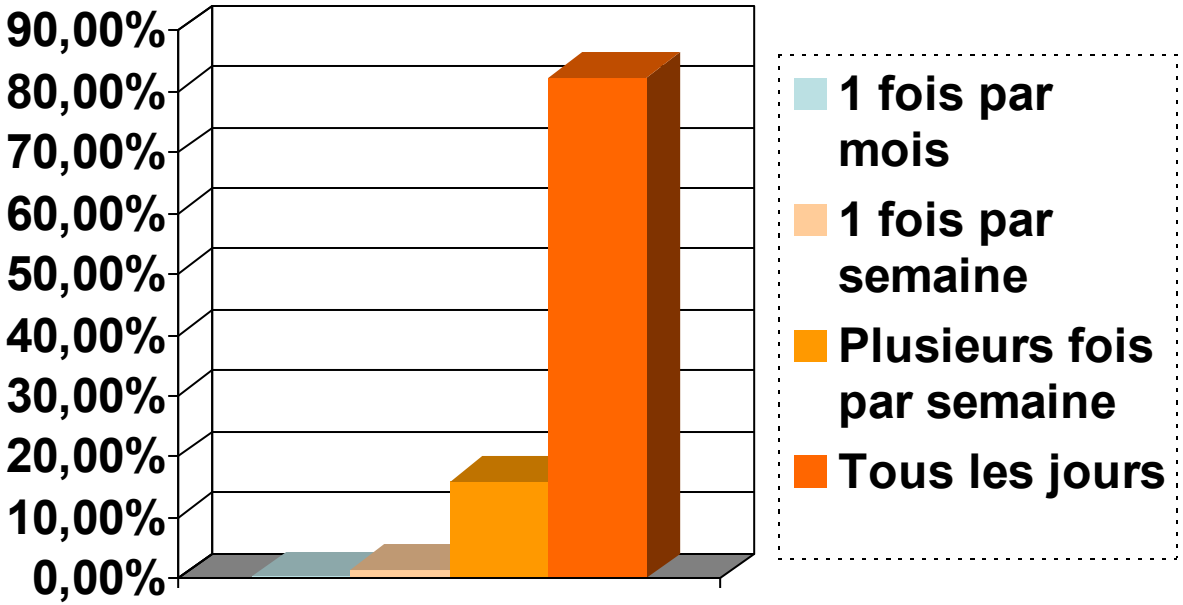
L' utilisation du Web par les Internautes québécois n' est plus un fait nouveau.

38% d' entre eux surfent sur Internet depuis plus de 10 ans, 40% depuis 5 à 10 ans, 19% de 2 à 5 ans, et seulement 3% depuis 1 an et moins.

Ces données sont très similaires à celles de 2008.

©2009 Skooiz

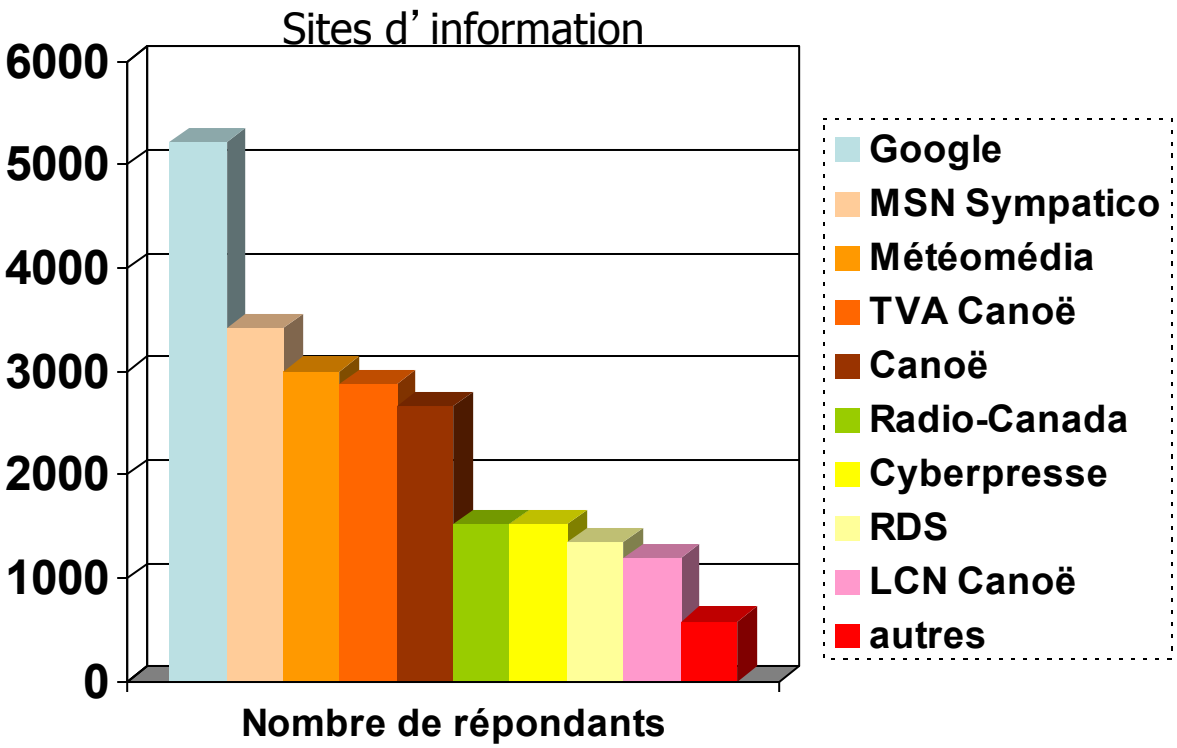
3. À quelle fréquence utilisez-vous Internet ?



Les Internautes québécois connaissent et utilisent le Web depuis longtemps et en font un usage régulier, voir quotidien. En effet, 82% des répondants surfent sur le web tous les jour, 16% plusieurs fois par semaine, 1.40% une fois par semaine et moins d'1% une fois par mois.

©2009 Skooiz

4. Quels sont vos sites Web préférés ?

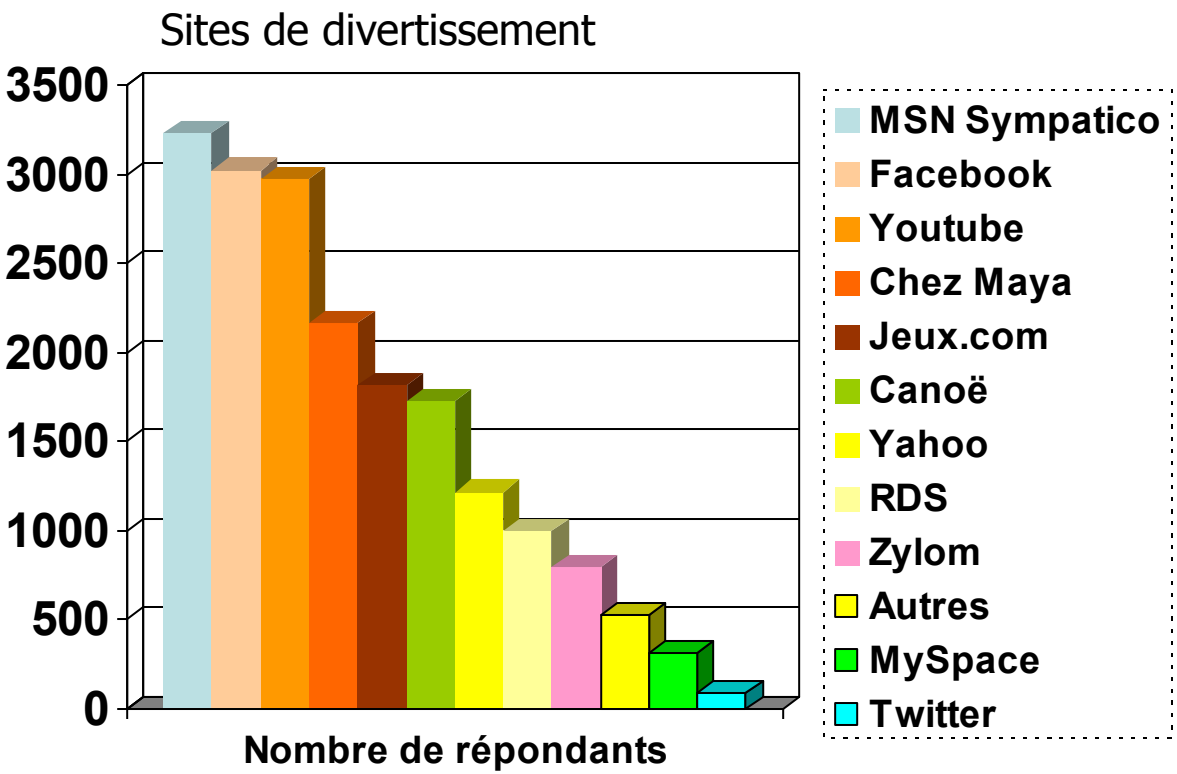


Dans la catégorie des sites d' information, c' est le moteur de recherche Google qui occupe le premier rang. Certainement que la notoriété de Google ainsi que l' ajout de nouvelles options de recherche ont influencé ce choix chez les internautes pour en faire leur référence en information.

Par rapport à 2008, les sites du réseau Canoë se sont déclassé pour passer aux 4e, 5e et 9e rangs. Aussi, on remarque l'intérêt des québécois pour la météo puisqu'ils consultent le site de Météomédia en plus grand nombre que les sites des réseaux d'information plus traditionnels.

©2009 Skooiz

4. Quels sont vos sites Web préférés ?

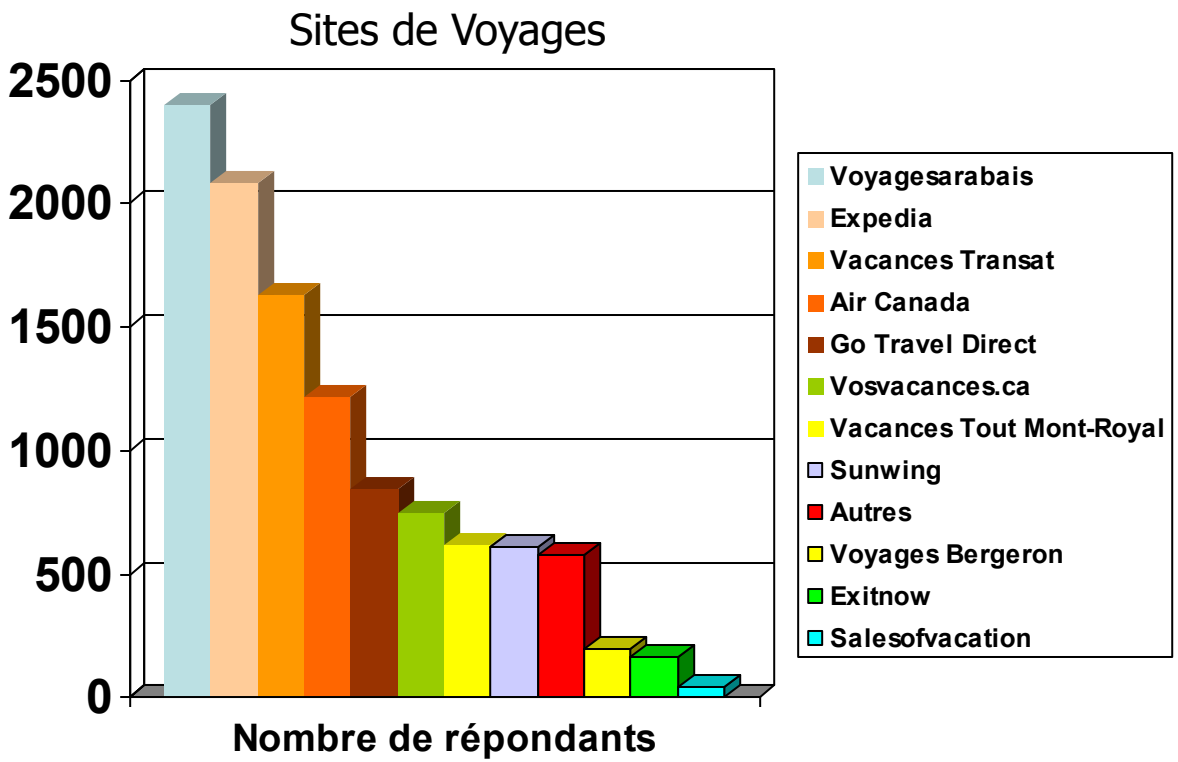


MSN Sympatico, talonné par Facebook et YouTube, arrive en tête des sites de divertissement tout comme en 2008. Le phénomène des sites communautaires et de partage est donc important au Québec.

On note ensuite un certain nombre de portails et sites de jeux parmi les résultats dont le site Chez Maya qui se maintient toujours en excellente position.

©2009 Skooiz

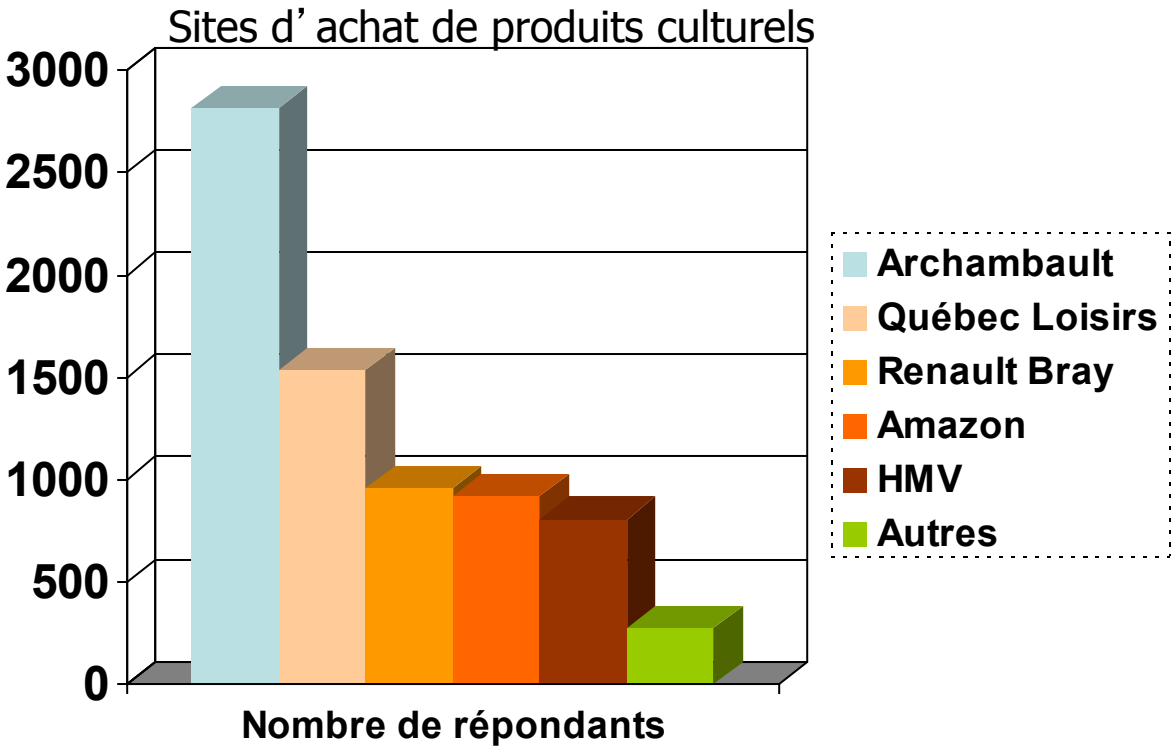
4. Quels sont vos sites Web préférés ?



Cette année, c'est le site de Voyageàrabais qui occupe la première position, Expedia étant passé au 2e rang. À la lumière des commentaires fourni par les répondants, lorsqu'ils magasinent un voyage, ils ne sont pas fidèles à une marque en particulier. C'est le facteur prix qui influencera davantage leur choix final pour faire l'achat.

©2009 Skooiz

4. Quels sont vos sites Web préférés ?



Auprès de nos répondants, c'est la bannière québécoise Archambault qui est la favorite pour faire l'achat de produits culturels en ligne.

©2009 Skooiz

Bilan : Les Québécois et leur utilisation du Web

- De manière générale, l' internaute Québécois connaît bien le Web puisqu' il l' utilise depuis de nombreuses années (plus de 5 ans) et ce quotidiennement à plus de 80%.

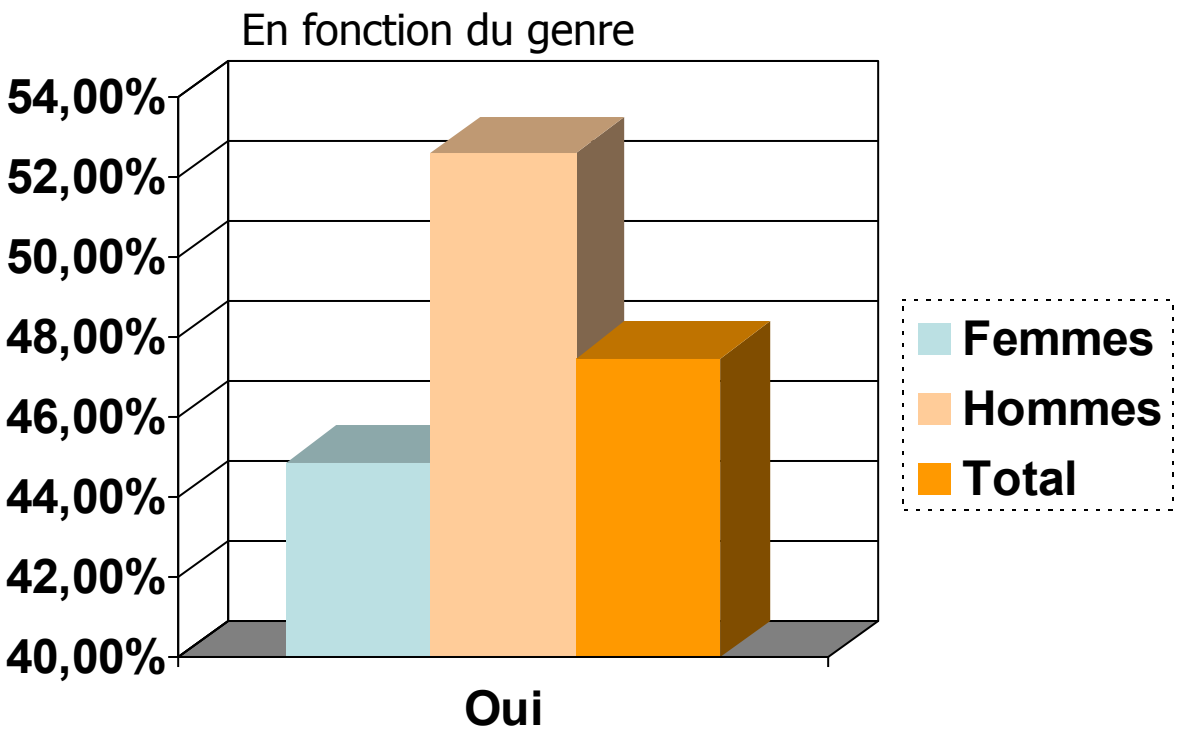
- Les sites Web préférés des Québécois sont:
  - Google pour l'information et la recherche
  - MSN Sympatico pour le divertissement
  - Voyage à Rabais pour le voyage
  - Archambault pour l'achat de produits culturels

- Les internautes québécois utilisent Internet principalement pour la messagerie électronique et la recherche d' information. Ceci est une constante par rapport à 2008.

- Les comportements hommes/femmes sont assez similaires. On peut néanmoins souligner que les hommes utilisent un peu moins le web pour la messagerie et un peu plus pour la recherche d' information.

©2009 Skooiz

5. Avez-vous fait des achats en ligne au cours des 6 derniers mois ?



Plus de 47% des internautes sondés ont fait un achat en ligne au cours des 6 mois avant la tenu du sondage en mai 2009. C' est un léger recul par rapport à 2008 où le résultats était de 50%.

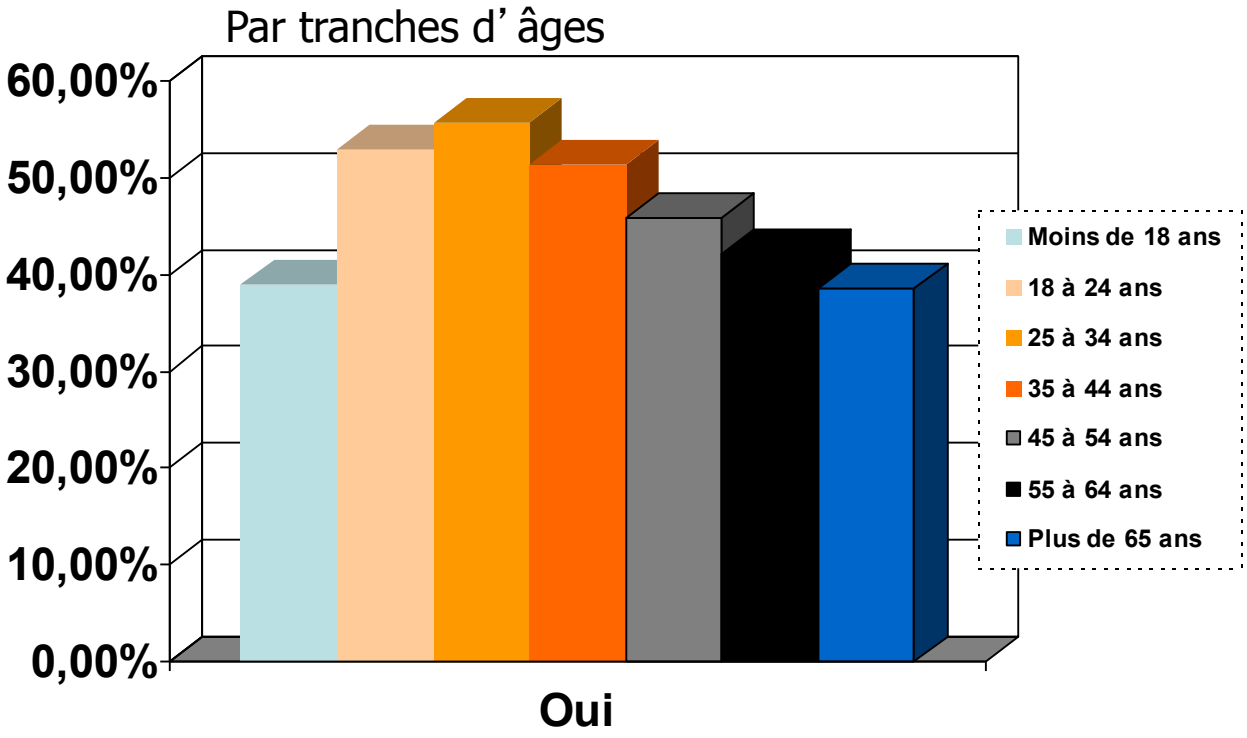
On note toujours une certaine disparité entre les hommes et les femmes. Les hommes sont 52.60% à avoir acheté en ligne au cours du dernier semestre alors que les femmes sont 45%.

Les hommes sont donc de plus grands consommateurs sur le Web que les femmes. Plusieurs hypothèses peuvent être avancées pour expliquer cette tendance :

- Les produits proposés en ligne ciblent-ils plutôt les hommes?
- Les hommes auraient-ils plus d' affinités avec les nouvelles technologies que les femmes ?

©2009 Skooiz

5. Avez-vous fait des achats en ligne au cours des 6 derniers mois ?



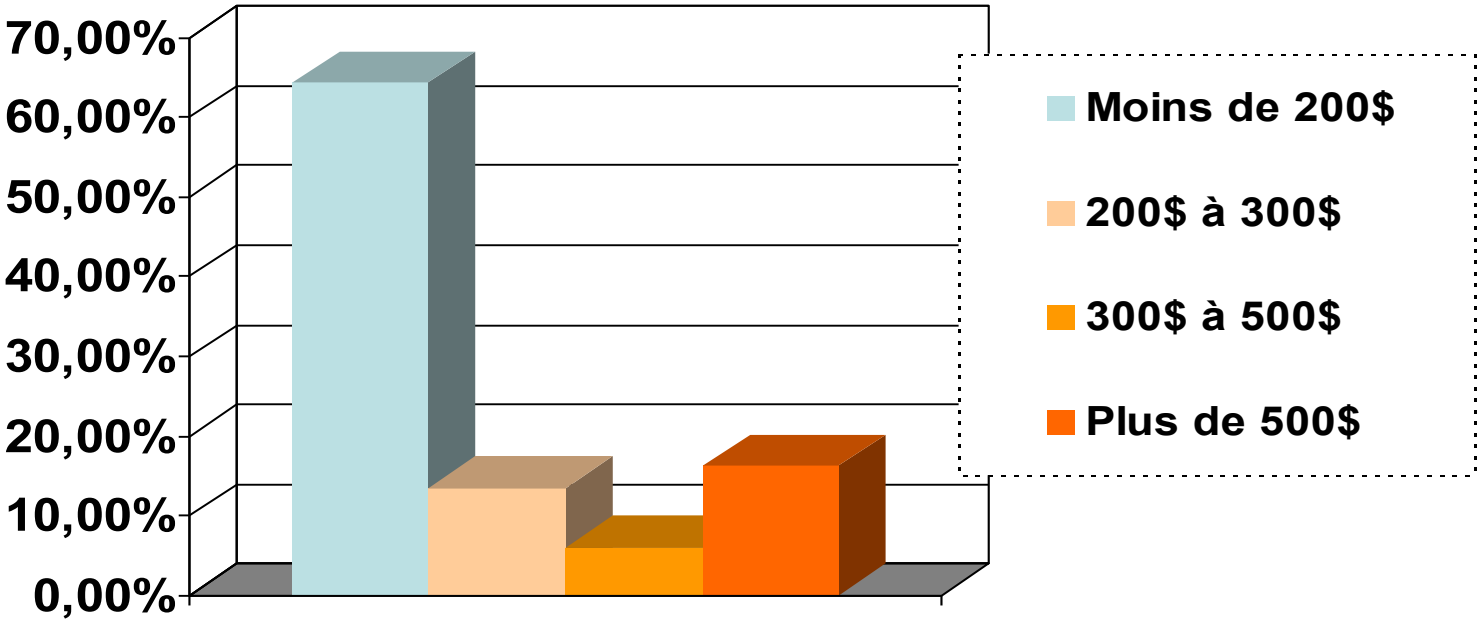
La tendance est claire si l' on segmente les résultats par tranche d' âge. Plus les internautes sont vieillissants et moins ils achètent sur le net. L' explication plutôt simple : Les jeunes ont grandi avec le web et sont de fait plus actifs et plus à l' aise avec tout ce qui s' y rapporte. Les achats en ligne font donc parti de leur quotidien.

C' est le groupe d' âge 25 à 34 ans qui achète le plus sur le web dans une proportion de près de 56%. Ça correspond évidemment au moment où le pouvoir d' achat d' une personne commence à augmenter mais c' est également un groupe d' âge qui est à l' aise avec l' utilisation d' Internet.

Globalement, c' est près de 48% des répondant qui font des achats via le net.

©2009 Skooiz

6. Quel a été le montant moyen de ces achats ?

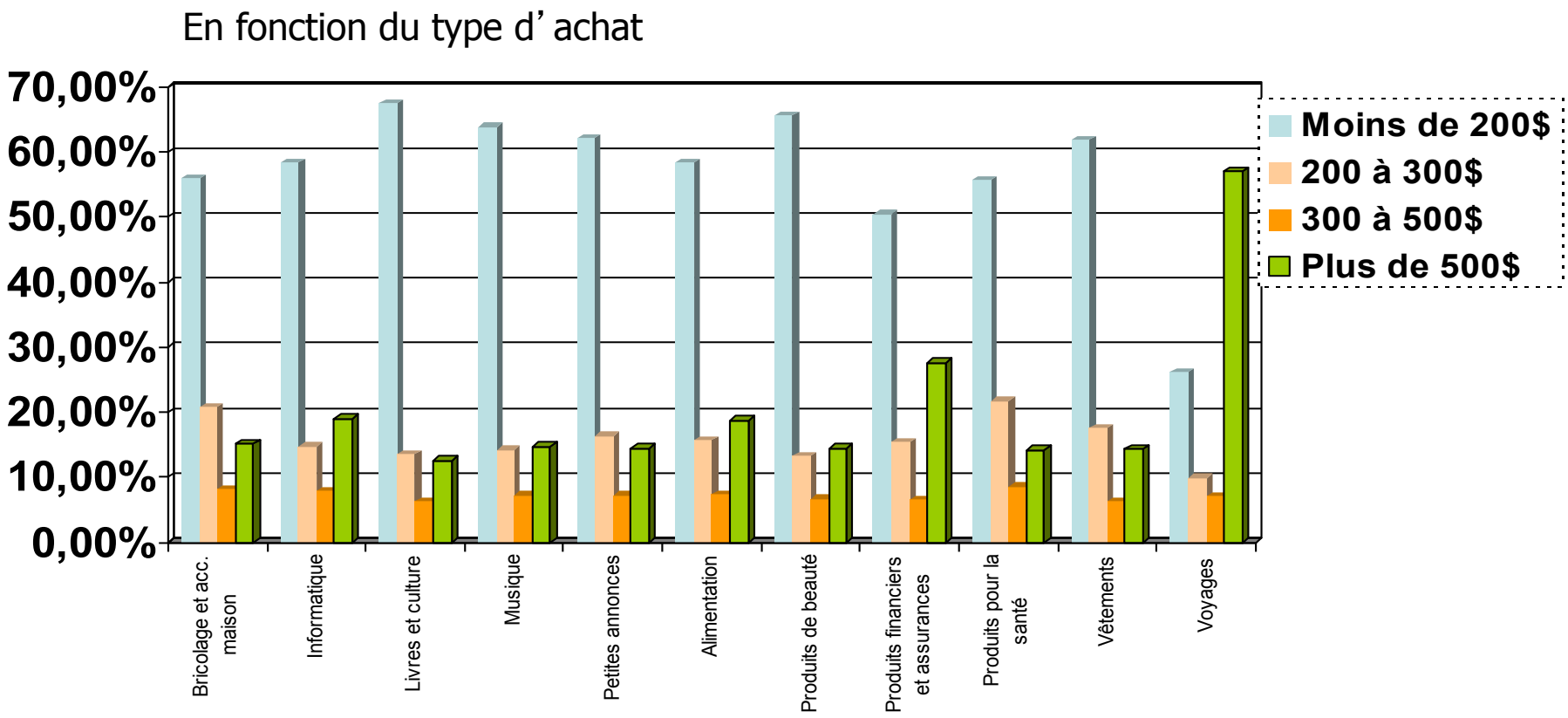


64% des internautes interrogés ont acheté pour moins de 200$, 13% de 200 à 300$, 6% de 300 à 500$ et 16% pour plus de 500$.

Le montant du panier moyen sur Internet est donc plutôt faible mais il a augmenté par rapport à 2008. En effet, les paniers de moins de 200 $ ont diminué mais les paniers de 200 à 300 $ ainsi que les achats de plus de 500 $ ont augmenté. Certainement que la nature des produits/services acheté influence beaucoup cette statistiques. A-t-on vendu plus de voyages en ligne ou autre bien dispendieux en 2009? C' est peut-être signe que les internautes québécois ont une meilleure confiance dans les systèmes de commande et de transaction en ligne qu' en 2008 et qu' ils rattraperont leur retard sur les internautes américains ou européens.

©2009 Skooiz

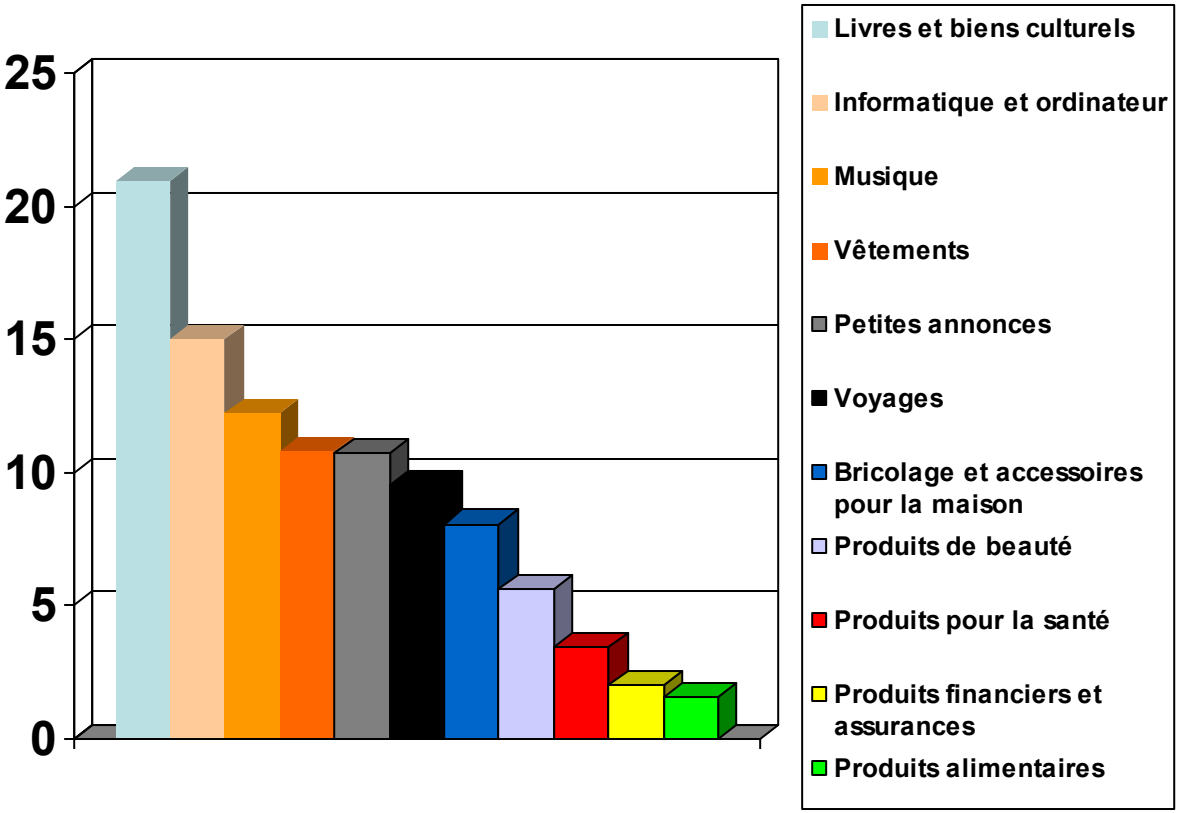
6. Quel a été le montant moyen de ces achats ?



Tel qu'avancé en hypothèse l'année dernière, la nature des achats fait en ligne influence évidemment le montant moyen des transactions. Pour la majorité des types de produits acheté en ligne, les transactions font moins de 200$. Il n'y a que dans le voyage où les proportions sont inverses. Les produits financiers et assurances présentent également une plus grande part d'achat pour des montants de plus de 500$.

©2009 Skooiz

7. Quel(s) type(s) d' achat avez-vous fait en ligne ?



Tel que démontré plus tôt, la majorité des achats en ligne sont pour des montants de moins de 200$. La nature des achats influence certainement cette donnée.

En effet, près de 50% des achats sont pour des biens de petite valeur: livres, CD, DVD, accessoires informatiques, musique, etc.

Dans les prochaines années, il sera intéressant d'observer si les internautes achètent plus de biens de grande valeur tel que des voyages, des meubles, des produits financier, etc.

©2009 Skooiz

Bilan : Les Québécois et les achats en ligne

- Par rapport à 2008, il y a un léger recul dans la proportion des répondants ayant fait un achat en ligne par contre, ceux qui font des achats dépensent plus.

- Encore une fois, on remarque que les hommes achètent plus en ligne que les femmes. Plusieurs hypothèses peuvent expliquer ce phénomène: plus grande affinité des hommes avec les technologies, plus grand intérêt des femmes pour le magasinage "traditionnel".

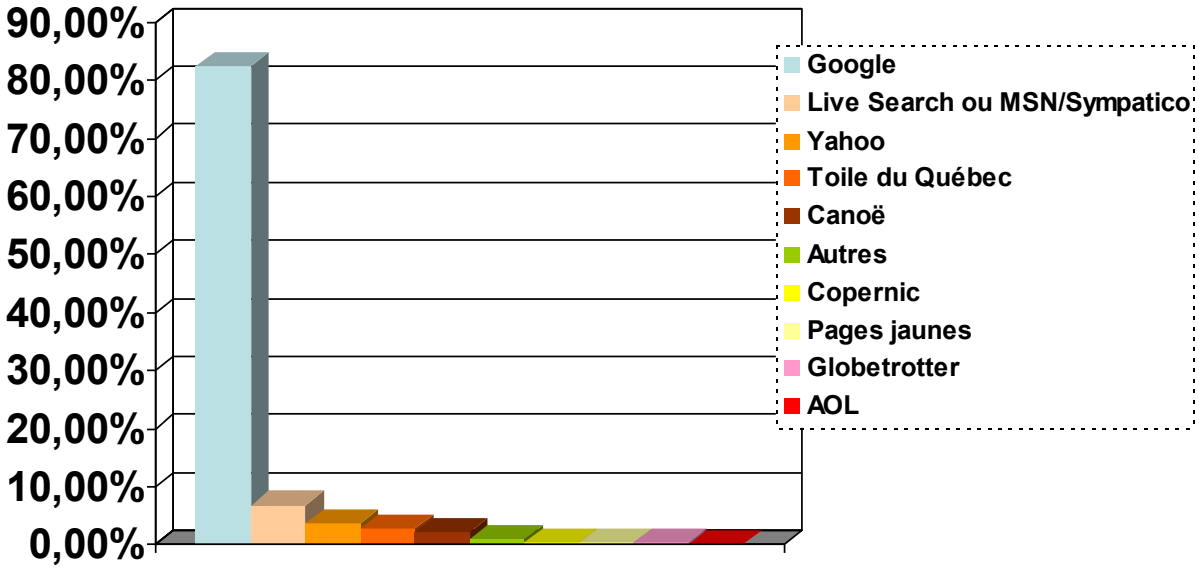
- Près de 48% des répondants disent acheter en ligne mais ce sont les 18 à 44 ans qui achètent en une plus grande proportion.

- Les répondants au sondage font majoritairement des achats de moins de 200$ et surtout pour l'achat de livres et biens culturels.

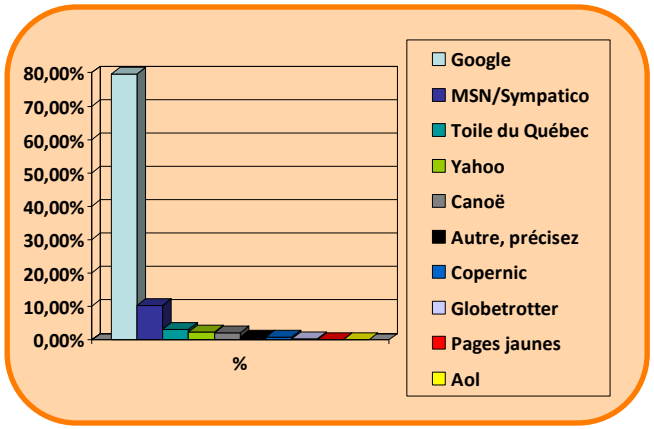
- L'achat de voyage en ligne se fait en moins grand nombre mais évidemment pour des montants par transaction au dessus de la moyenne.

©2009 Skooiz

8. Quel site de recherche ou moteur utilisez-vous en priorité ?



Comparaison 2008



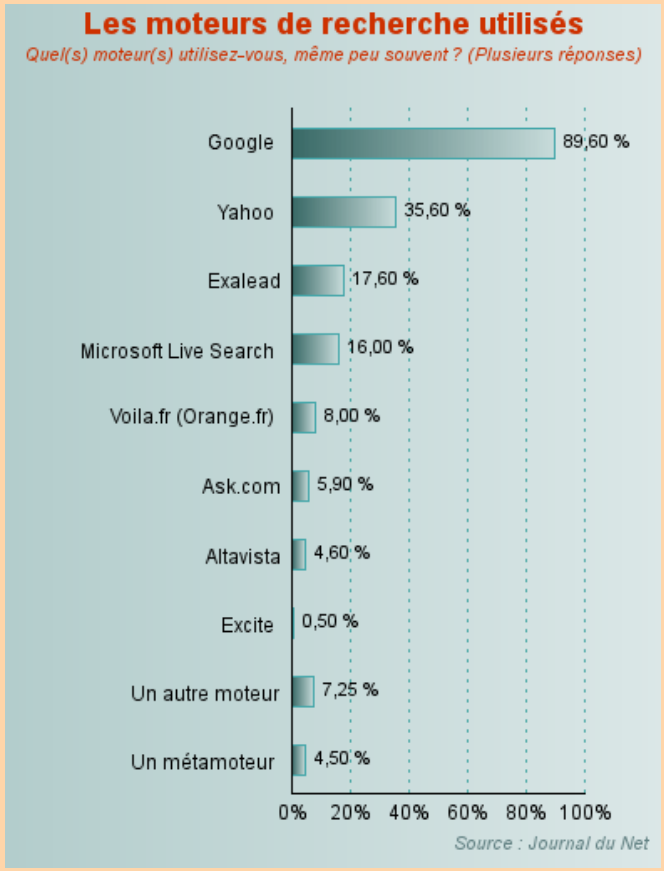
Comme en 2007 et en 2008, Google reste, et de loin, le moteur de recherche préféré des internautes québécois. Plus de 80% des répondants l'utilisent en priorité. MSN arrive second et est utilisé par 7% des sondés. En troisième position, on retrouve Yahoo qui passe devant La Toile du Québec et Canoë.

Yahoo, qui était en perte de vitesse l'année dernière, se trouve être en meilleur position cette année au détriment de la Toile du Québec et Canoë, sachant que ces derniers affichent les résultats de Yahoo dans leurs pages. N'empêche que Google est en position de force et que de lui prendre ses parts du marché sera un défi de taille pour quiconque tentera de le faire. Il faudra vérifier la position de Bing en 2010!

©2009 Skooiz

8. Quel site de recherche ou moteur utilisez-vous en priorité ?

Comparaison avec la France



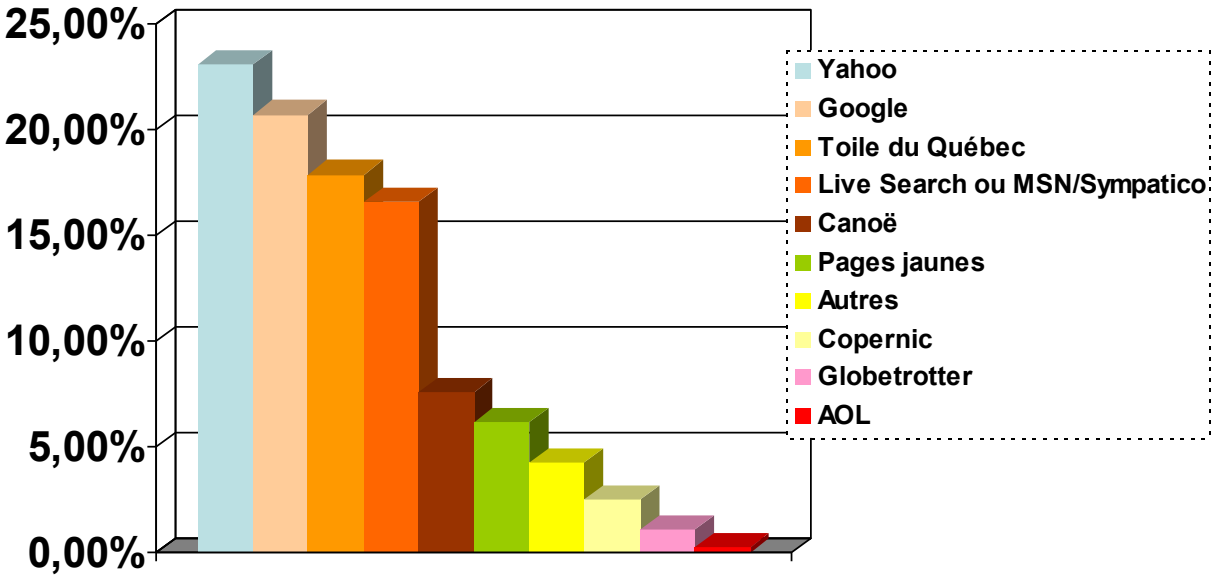
En France également, Google est le moteur de recherche le plus utilisé et profite d' une avance confortable sur sa concurrence.

En effet 89.60% des répondants à l'étude du Journal du Net disent utiliser Google. Yahoo arrive en deuxième position en étant utilisé par 35.60% des sondés.

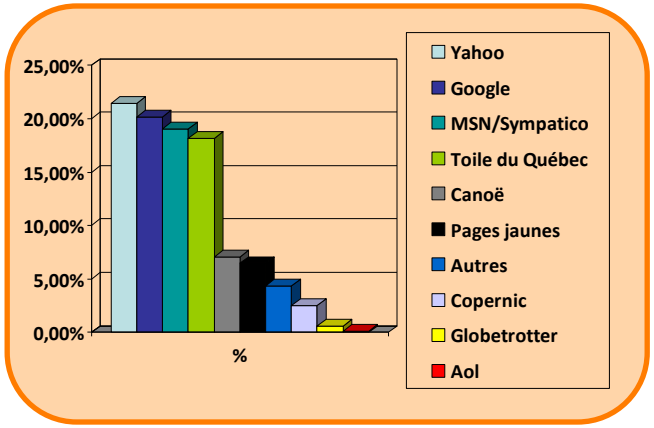
La troisième place est occupée par Exalead, un moteur de recherche français. Selon les commentaires des lecteurs du Journal du Net, ce moteur est plus utile pour la recherche d'information.

©2009 Skooiz

9. Quel site de recherche ou moteur utilisez-vous comme alternative ?



Comparaison 2008



Dans l' hypothèse où l' internaute ne trouve pas ce qu' il cherche sur son moteur favori, c' est Yahoo qui est préféré aux autres moteurs, tout comme en 2008. La principale différence avec les résultats de 2008 est que la Toile du Québec passe en 3e place alors que MSN passe 4e.

D' un point de vue plus global, on constate que 4 moteurs se détachent vraiment : Yahoo, Google, la Toile du Québec et MSN/Sympatico; les mêmes qu' en 2008. Tous les autres outils de recherche n' ont gagné aucune part de marché dans la dernière année.

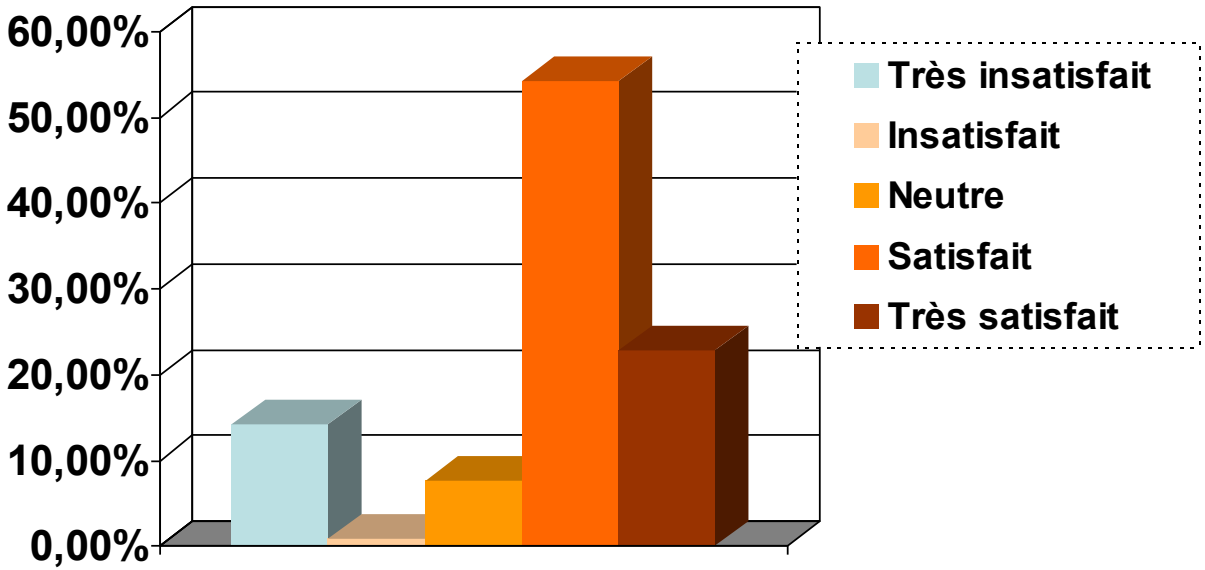
©2009 Skooiz

10. Êtes-vous satisfait des résultats de recherche affichés ?

Une majorité écrasante de répondants (77%) se dit satisfaite des résultats affichés.

Encore cette année, la proportion des internautes insatisfaits des résultats de recherche a augmenté. Ils sont maintenant plus de 15%.

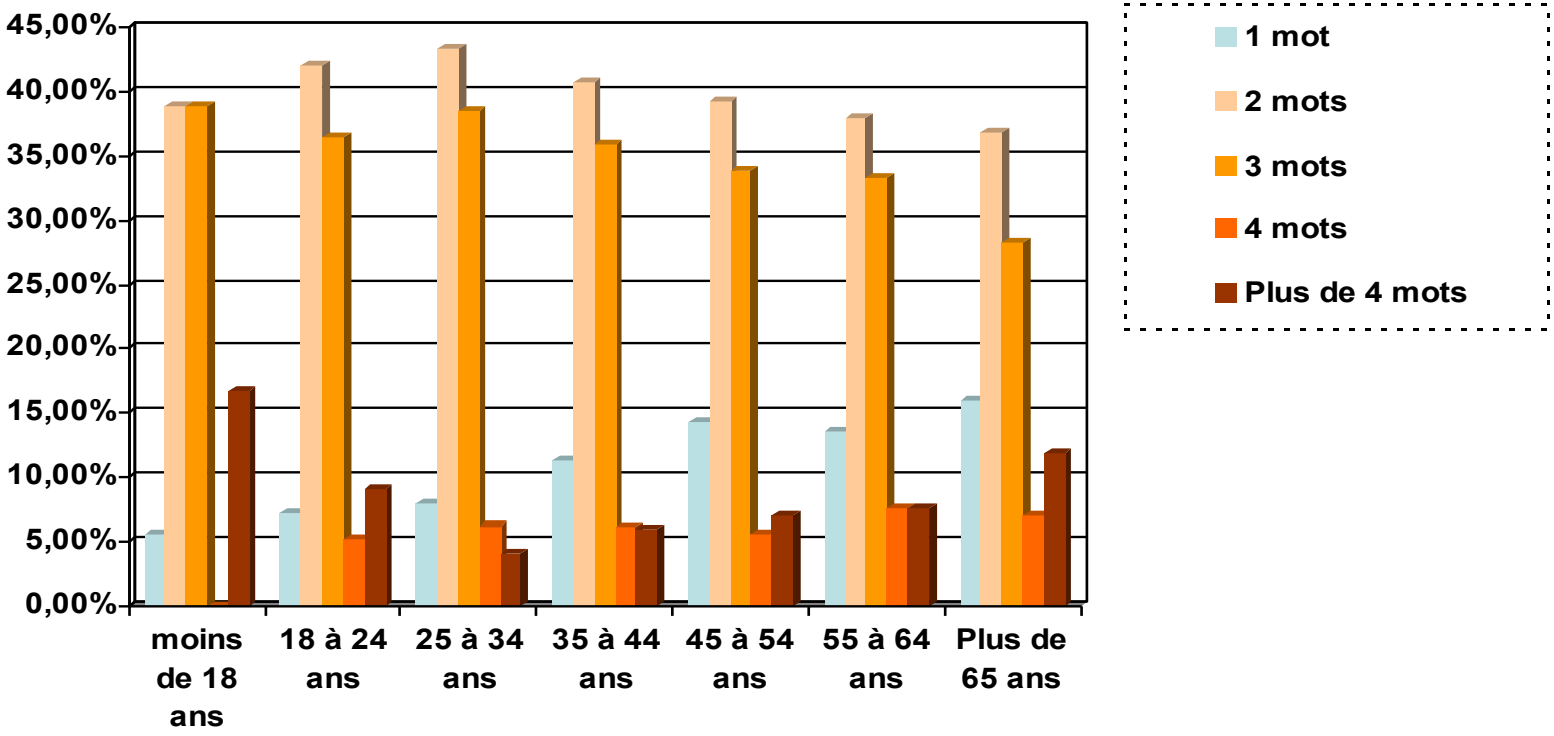
Cette statistique porte à croire que les utilisateurs des moteurs de recherche deviennent de plus en plus critiques et exigeant envers les résultats fournis. La pertinence des résultats et des annonces sponsorisées devra donc être amélioré.



Si on prend l'exemple de Google, les méthodes d'évaluation de la pertinence des sites, autant pour l'affichage naturel que pour les liens sponsorisé, ont beaucoup changé au cours de la dernière année. Toute fois, les outils et options de recherche pour les utilisateurs n'ont pas beaucoup évolués. Même s'il reste du travail à faire au niveau de la pertinence des annonceurs dans les résultats de recherche payants, la compléxité des requêtes formulées par les internautes risquent de compliquer la vie des moteurs de recherche et celle des agences spécialisées.

©2009 Skooiz

11. En moyenne, combien de mots-clés utilisez-vous pour faire vos recherches ?



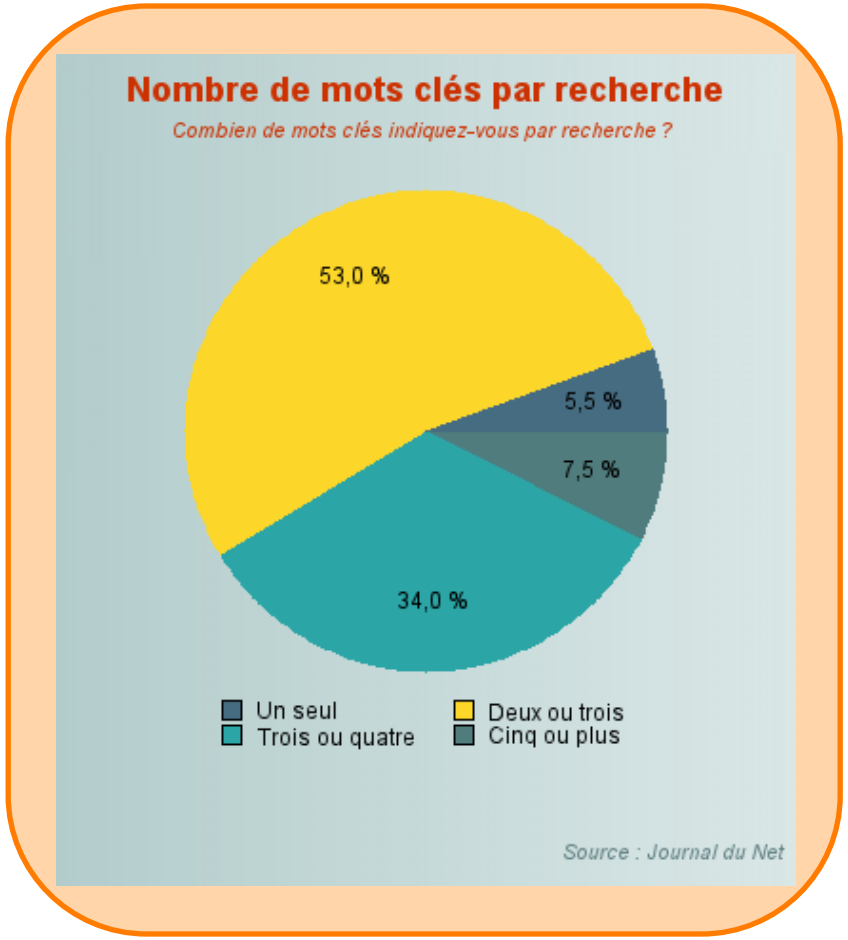
On constate que, quelque soit la tranche d'âge, une majorité de 75% des répondants au sondage utilise de 2 à 3 mots-clés dans leurs requêtes. Cela dénote d'une grande habilité à cibler leur besoin et à l'exprimer de façon concise.

L'enquête souligne également un allongement des requêtes dans la tranche d'âge la plus avancée (65 ans et +). En effet, ils sont 12% à utiliser 4 mots-clés et plus dans leurs requête mais se sont les moins de 18 ans qui font des requêtes de plus de 4 mots en une plus grande proportion dans leur groupe d'âge. La proportion d'internautes formulant des requêtes d'un seul mot-clé augmente aussi en fonction de l'âge.

©2009 Skooiz

11. En moyenne, combien de mots-clés utilisez-vous pour faire vos recherches ?

Comparaison avec la France



Comparé aux internautes québécois, les internautes français utilisent un plus grand nombre de mots-clés pour formuler leurs requêtes.

En effet, seulement 53% des répondants au sondage du Journal du Net affirment utiliser de 2 à 3 mots/requête. Ils sont 34% à utiliser 3 à 4 mots.

Ils sont plus nombreux à formuler des requêtes de plus de 4 mots soit 7.50% vs 6.96% au Québec.

Ils sont aussi moins nombreux à faire des requêtes d'un seul mot-clé soit 5.50% vs 12.30% au Québec.

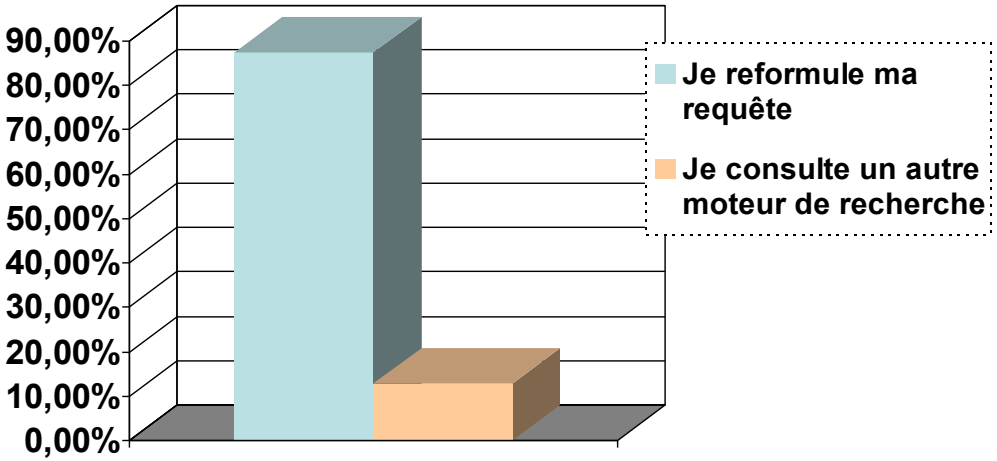
©2009 Skooiz

12. Si vous n' êtes pas satisfait des résultats de recherche, que faites-vous ?

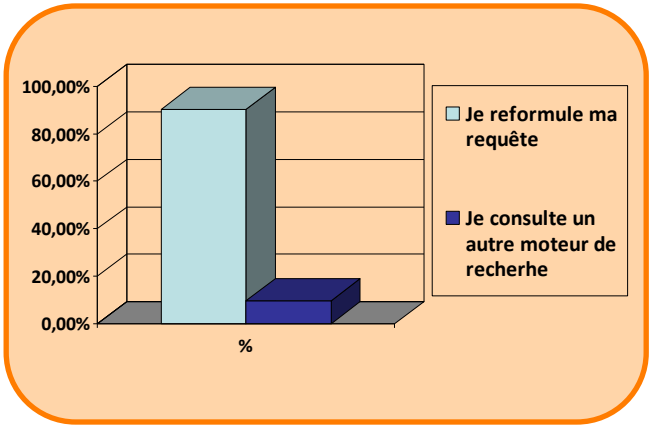
Dans la majorité des cas, les internautes Québécois qui ne trouvent pas une réponse satisfaisante suite à une requête vont reformuler leur requête.

Dans 87% des cas, ils utilisent le même moteur de recherche, ce qui est moins qu' en 2008. Ils sont maintenant près de 13% à changer de moteur de recherche pour obtenir les résultats recherchés.

Les différences par rapport à 2008 ne sont pas très importante mais il faudra garder en tête que les internautes cherchent la pertinence dans les résultats de recherche.

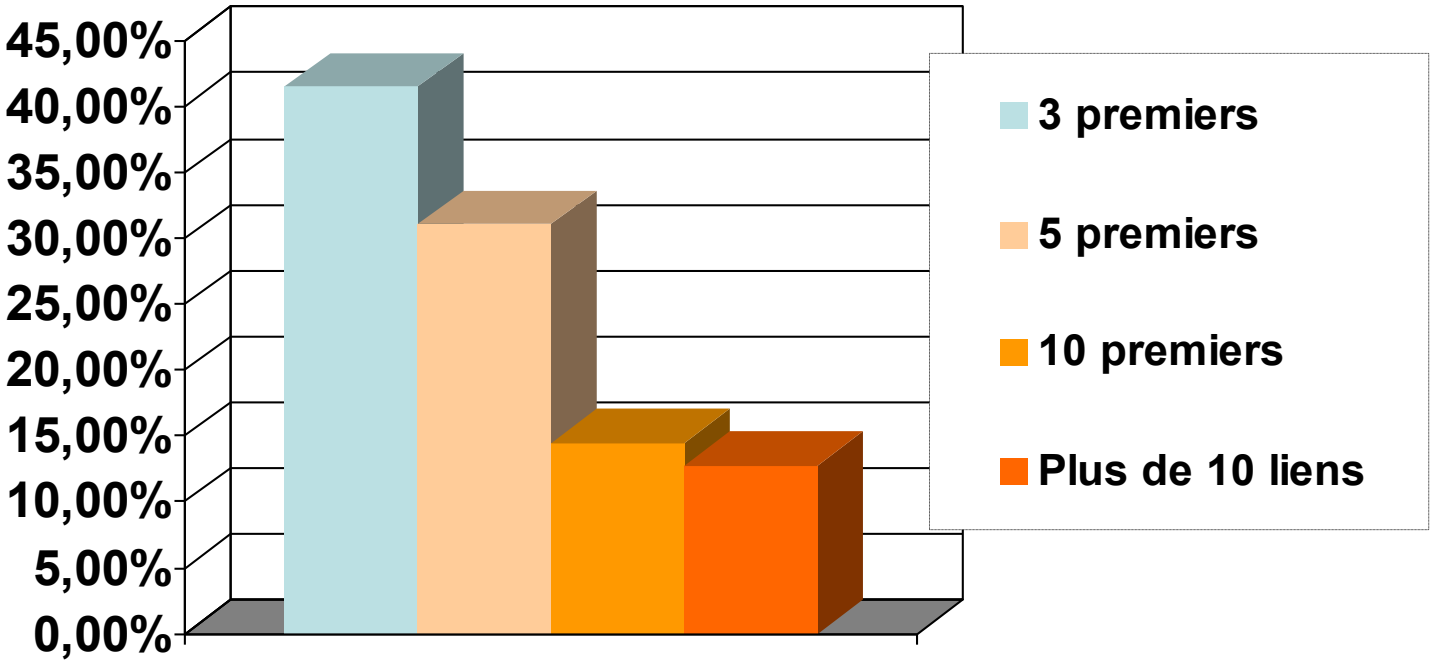


Comparaison 2008



©2009 Skooiz

13. Sur combien de résultats ou liens cliquez-vous suite à une recherche ?

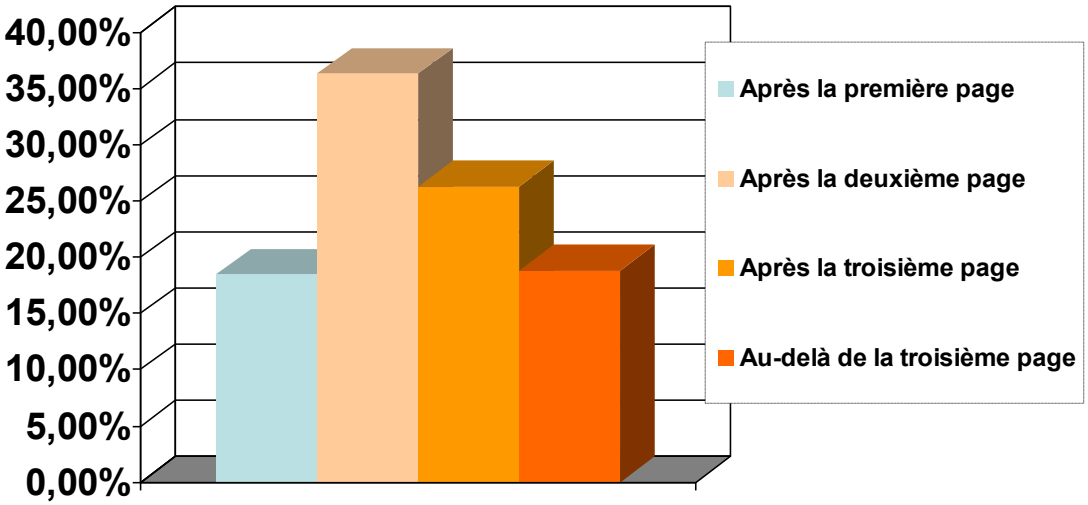


Près de 3 personnes sur 4 ne consultent pas les résultats au-delà de la 5e position des résultats de recherche. C'est une donnée contradictoire avec les résultats de la question précédente (sur le nombre de pages consulté) mais qui est plus vraisemblable si l'on tient compte de la performance des annonces sponsorisées en fonction de leur position moyenne.

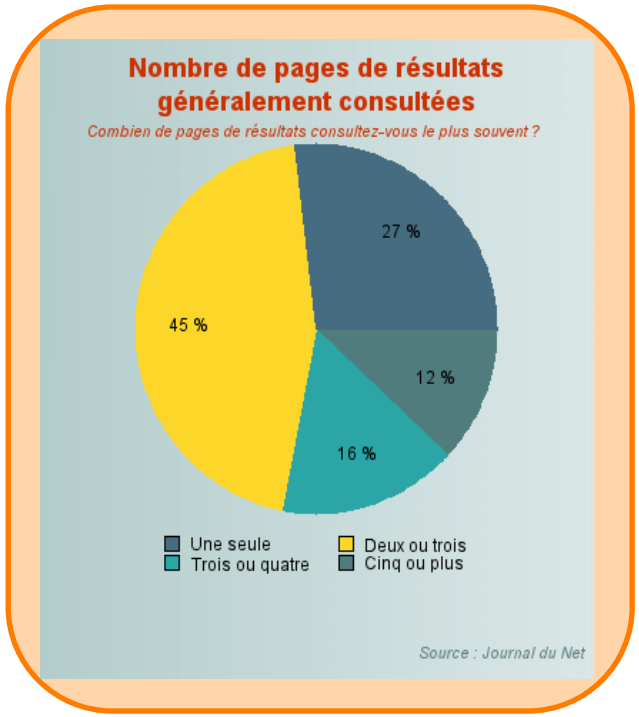
Généralement, pour voir les résultats au-delà de la 5e position, il faut utiliser la barre de défilement verticale. C'est certainement un facteur pouvant expliquer ce résultat.

©2009 Skooiz

14. Si vous ne trouvez pas ce que vous cherchez, à partir de combien de page de résultats reformulez-vous votre requête ?



Comparaison avec la France



Plus de 36% des répondants reformulent une nouvelle requête après avoir consulté les résultats des 2 premières pages, soit en moyenne 20 résultats. 26% le font après la 3e page, 19% au-delà de la 3e page.

Quant aux internautes français, ils sont plus nombreux à consulter que la première page de résultats dans une proportion de 27% vs 19% au Québec. Par contre, ils sont 28% à consulter au-delà de 3 pages de résultats alors qu'au Québec, c'est seulement 19% des internautes.

Cela souligne bien l' importance de positionner son site Web dans les premiers résultats ou du moins les 2 premières pages des résultats des moteurs de recherche.

©2008 Skooiz

Bilan : Les Québécois et l'utilisation des moteurs de recherche

- Depuis l'enquête de 2008, on ne dénote pas de changement majeur dans le comportement des Internautes Québécois lorsqu'ils utilisent les outils de recherche.

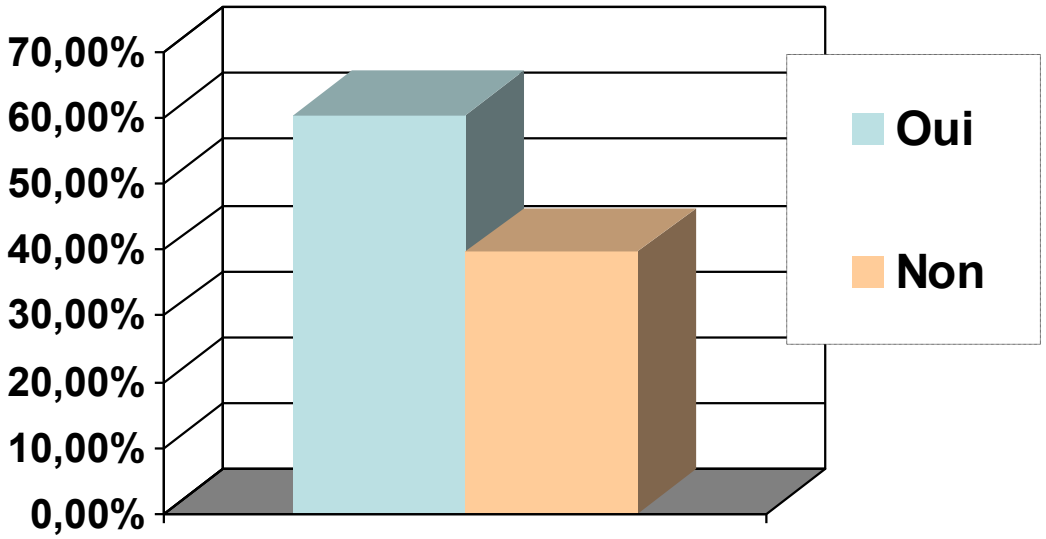
- Google est toujours le leader incontesté des moteurs de recherche. La seule évolution notoire semble être au niveau de la satisfaction des sondés quant aux résultats de recherche. La part des personnes insatisfaites a fait un bond puisqu'il est passé à 15% (était de 8% en 2007 et 12% en 2008).

- 75% des répondants formulent des requêtes de 2 à 3 mots-clés. Plus l'âge de l'internaute augmente, plus les requêtes sont longues mais on observe aussi une croissance de la proportion de sondés qui formulent des requêtes d'un seul mot-clé en avançant en âge.

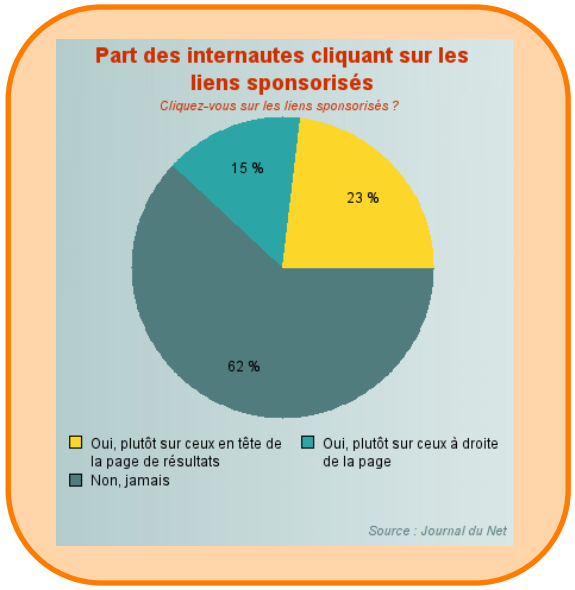
- Près de 75% des internautes québécois ne cliquent que sur un maximum de 3 à 5 liens sur la page de résultats. Le travail de SEO revêt alors une importance capitale pour la visibilité d'un site web sur des expressions et mots-clés en lien direct avec son contenu.

©2009 Skooiz

15. Plusieurs moteurs de recherche offrent des résultats commerciaux ou sponsorisés. Avez-vous remarqué ces liens ?



Comparaison avec la France



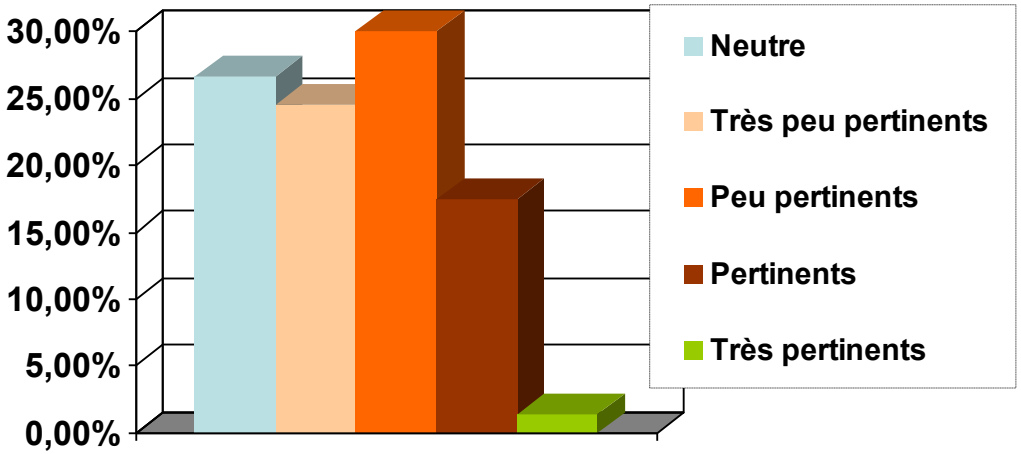
Une forte proportion des internautes dit remarquer l'affichage des liens sponsorisés (60%). Ils sont toutefois encore 40% à n'avoir jamais vus ces liens publicitaires. Cela est d'autant plus étonnant que les liens commerciaux sur la majorité des moteurs de recherche, et particulièrement sur Google, sont clairement identifiés. Cette proportion n'a pas beaucoup évolué en 3 ans. Cela ne signifie toutefois pas que les internautes ne voient pas ces liens mais ils ne les distinguent pas des autres liens.

Selon l'étude menée par Le Journal du Net après de ses lecteurs français en mai 2009, 62% des répondants affirment ne jamais cliquer sur les liens sponsorisés. 38% disent sur ces liens et en majorité sur ceux affichés sur le côté droit de l'écran.

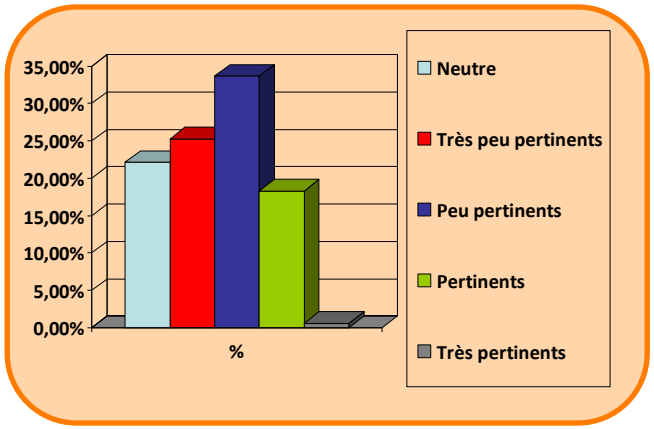
À la lumière de ces résultats, on peut dire que les québécois et les français ont sensiblement la même perception des liens sponsorisés dans les moteurs de recherche.

©2009 Skooiz

16. À l' affichage des liens commerciaux, trouvez-vous que les liens proposés sont pertinents avec votre recherche ?



Comparaison 2008



26% des internautes Québécois sont neutres sur ce point alors qu' ils étaient 40% en 2007. Cette évolution met en avant une réelle prise de conscience des insertions publicitaires dans les moteurs de recherches. Les répondants sont toutefois encore majoritairement insatisfait par rapport à la pertinence des liens commerciaux en fonction de leurs requêtes.

Toujours selon l'étude du Journal du Net, 12% des internautes français qui cliquent sur les liens sponsorisés jugent que ces liens sont très pertinents alors que les québécois sont moins de 2.5 %.

Les annonceurs dans les moteurs de recherchent ont alors tout intérêt à s' assurer de la pertinence de leurs annonces et du choix des mots-clés sélectionné dans leur campagnes de positionnement (SEM). Comme les clics sur ces annonces représentent la principale source de revenus pour les moteurs de recherche, il faudrait s' attendre à un resserrement du contrôle de la qualité des annonces ou à la fin de l ' eldorado financier. La mise en place chez Google de l'indice de qualité est un bon exemple d'initiative en se sens.

©2009 Skooiz

Bilan : Les Québécois et les liens sponsorisés

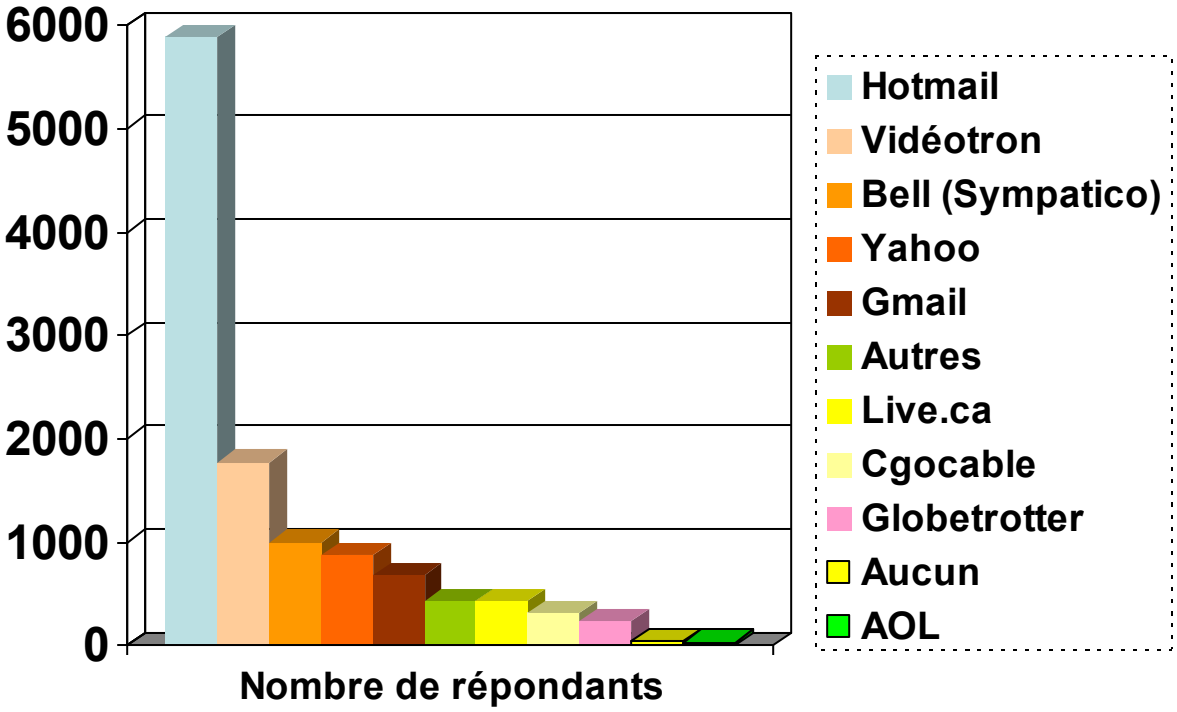
- Les internautes québécois sondés sont encore nombreux à n'avoir jamais remarqué l'affichage des liens publicitaires dans leurs résultats de recherche (40%). Ce chiffre n'a pas vraiment changé au cours des trois dernières années.

- Quant aux répondants qui disent remarquer les liens sponsorisés, ils sont 60%, ils jugent ces liens peu pertinents par rapport à leurs recherches.

- Le resserrement des règles éditoriales ainsi qu'un contrôle plus stricte de la qualité des annonceurs sera la clé pour le maintient du succès des moteurs de recherche. Les liens sponsorisés représentent, pour la majorité des moteurs de recherche, leur principale source de revenus.

©2009 Skooiz

17. Quels sont vos services de messagerie/courriel préférés ?

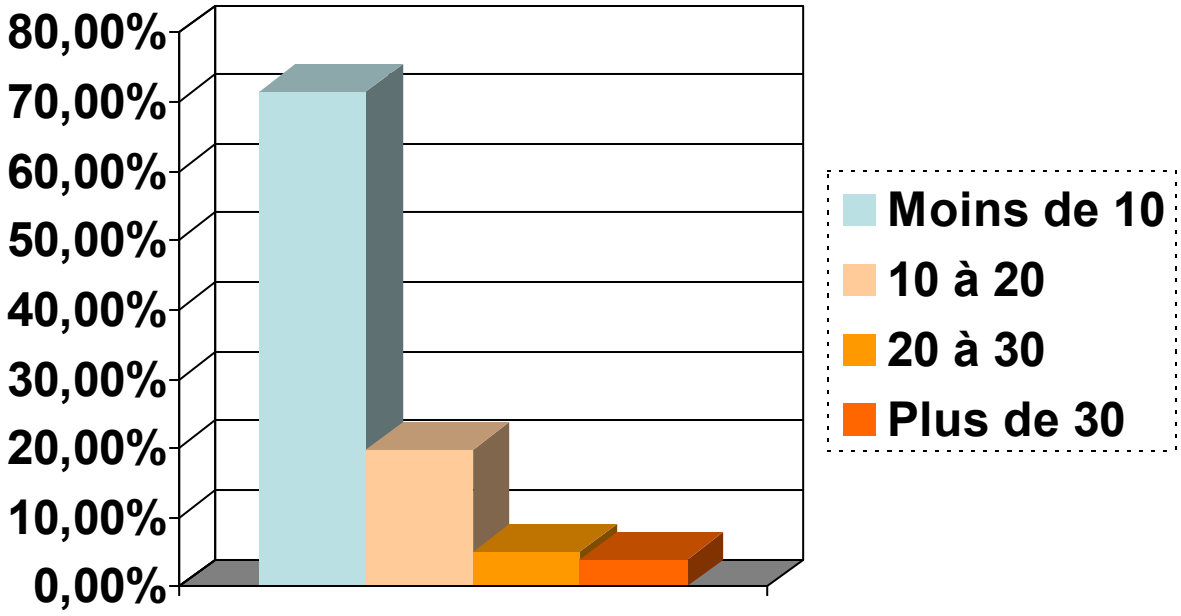


Service de courriel gratuit en ligne depuis de nombreuses années, Hotmail est le fournisseur de service de messagerie électronique le plus populaire auprès des répondants qui le préfèrent à 50%.

Au Québec, ce qui est intéressant de noter, c'est la différence entre les services de Vidéotron et Bell qui sont en guerre ouverte pour les parts de marché dans le secteurs des communications. Auprès de nos répondants, pour le service de courriel, Vidéotron est le favori avec presque 2 fois plus de votes que Bell (Sympatico). Gmail le service de Google n'arrive que 5e dans ce classement, comme quoi la suprématie d'un service ne garantie pas la réussite des autres.

©2009 Skooiz

18. Combien de courriels publicitaires ou lettres d' information acceptez-vous de recevoir volontairement ou auxquelles vous êtes abonné ?



La boite de réception de courriels des internautes québécois n' est pas si accessible. Plus de 70% n' accepte de recevoir que 10 courriels publicitaires et/ ou infolettre de façon volontaire.

©2009 Skooiz

Bilan : Les Québécois et les courriels

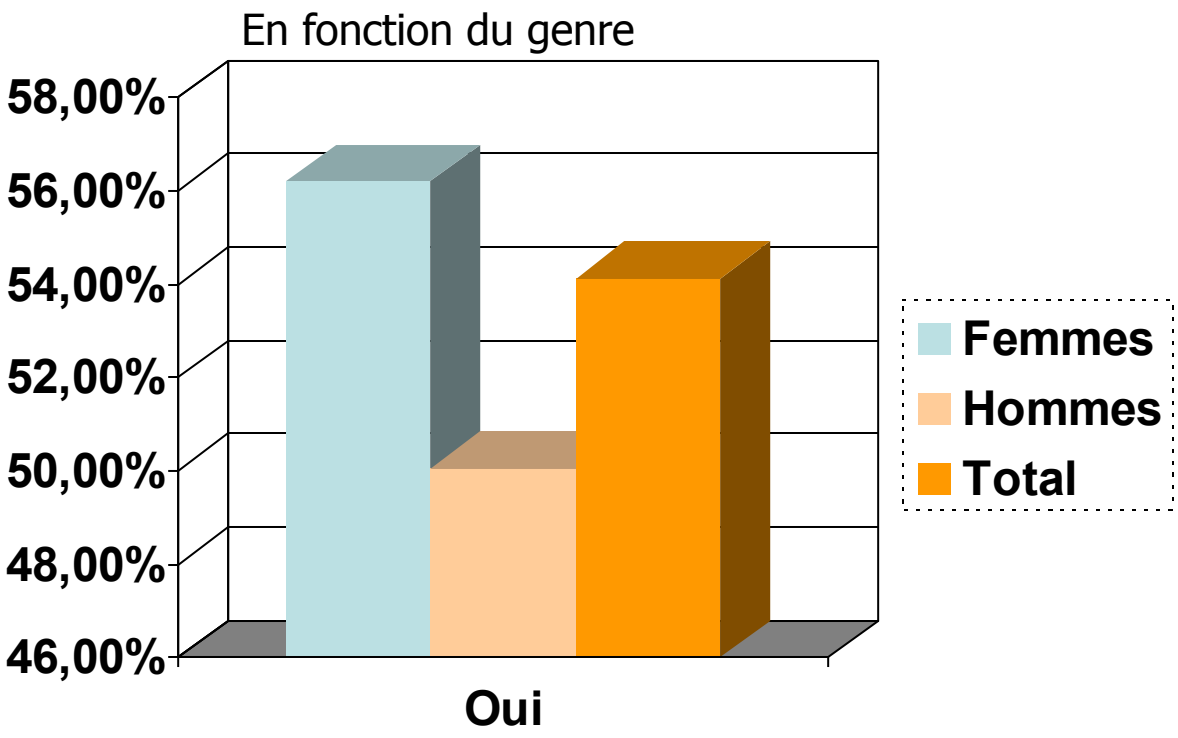
- Au Québec, Hotmail est le service de messagerie préféré des internautes.

- Autre fait intéressant pour le marché des communications au Québec, les services de courriels de Vidéotron sont préférés à ceux de Bell mais très loin derrière Hotmail.

- Plus de 70% des participants au sondage acceptent volontairement de recevoir moins de 10 infolettres dans leur boite de réception.

©2009 Skooiz

19. Êtes-vous abonné ou membre d' un site communautaire ?



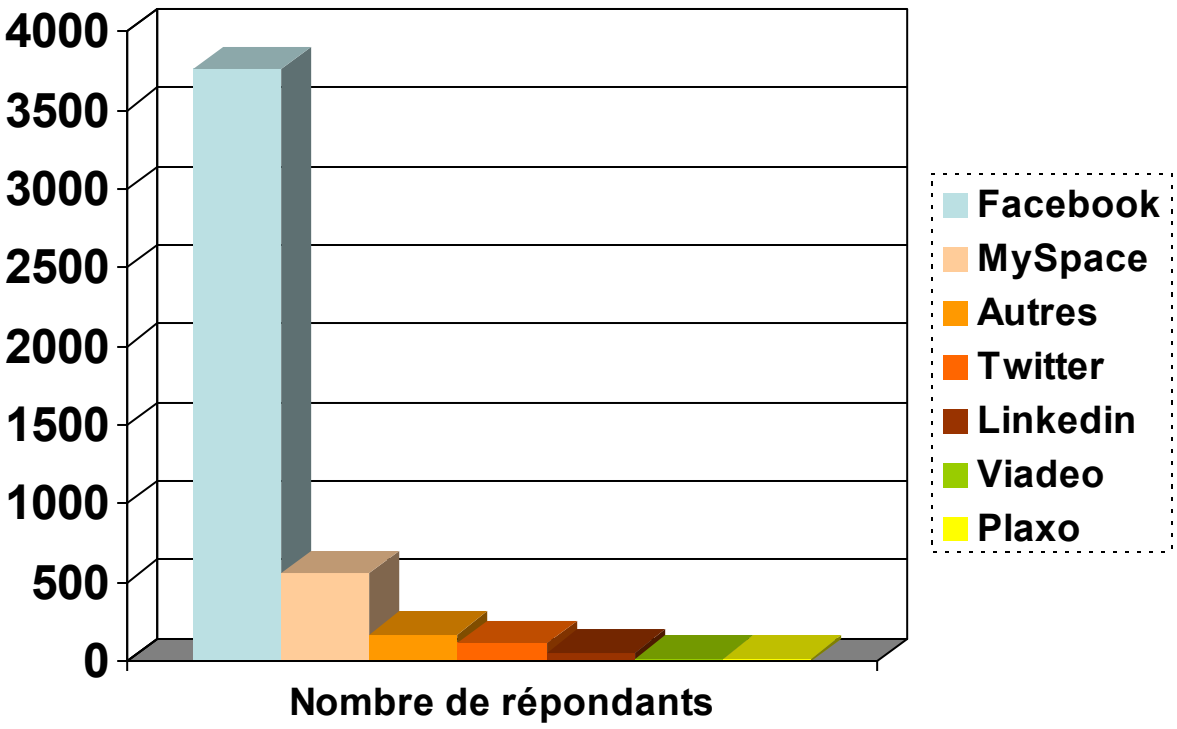
54% des répondants au sondage sont membre d' un réseau communautaire en ligne.

Les femmes présentent une proportion plus grande avec 56% alors que 50% des hommes y sont membre.

Certainement que l'aspect relationnel du concept des sites communautaires attire davantage les femmes.

©2009 Skooiz

20. Aux quels sites communautaires êtes-vous membre ? (si oui à la question précédente)



Ici, on remarque que Facebook profite d'une notoriété importante auprès des participants au sondage. C'est le site communautaire favori de 80% des sondés. Combien de temps durera la lune de miel des internautes avec Facebook? Au regard de la position de MySpace aujourd'hui, on peut se poser la question.

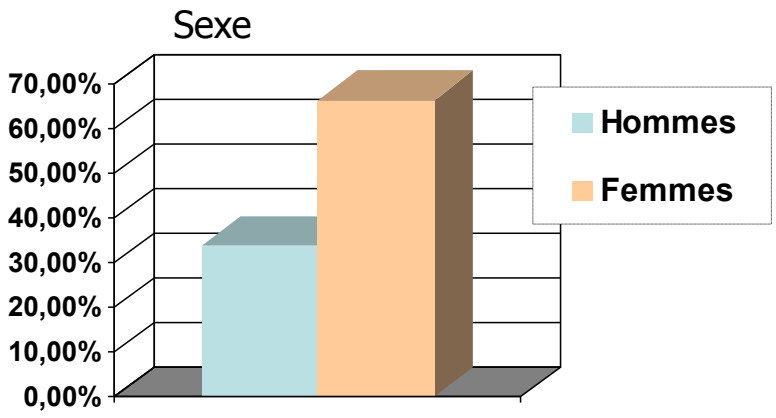
©2009 Skooiz

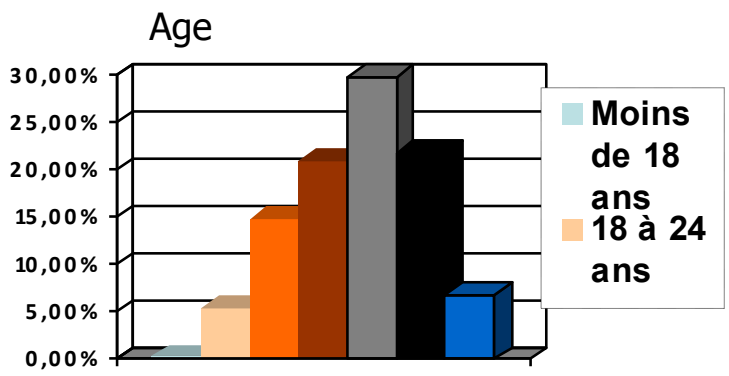
Bilan : Les Québécois et les sites communautaires

- 54% des participants au sondage affirment être membre d' un site communautaire.
- Proportionnellement, les femmes sont plus nombreuses à y participer que les hommes.
- À 80%, Facebook est le site communautaire le plus populaire auprès des québécois.

©2009 Skooiz

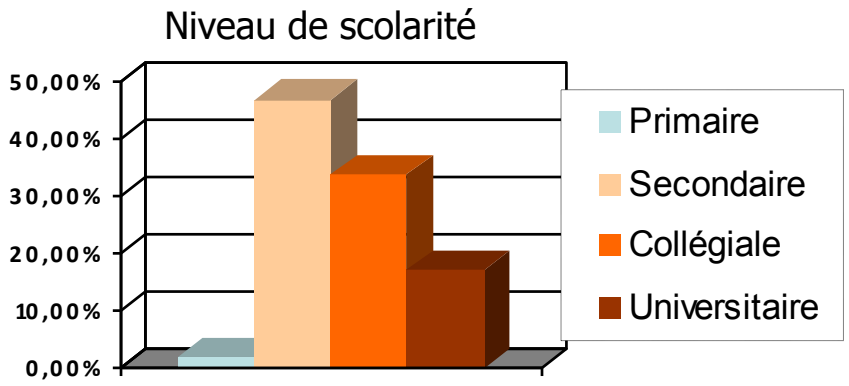
21. Profil des répondants

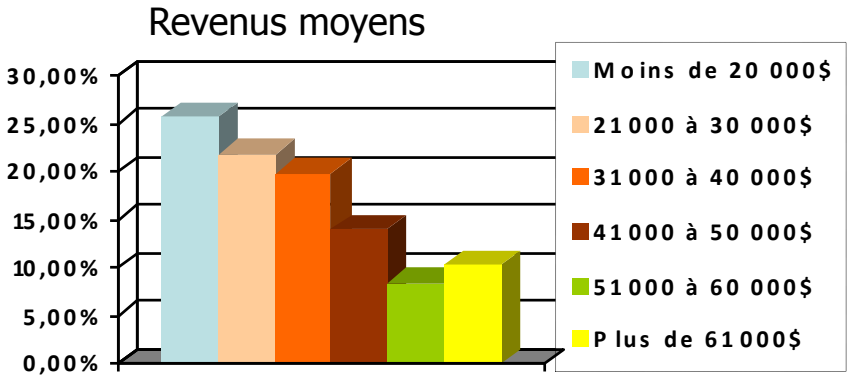


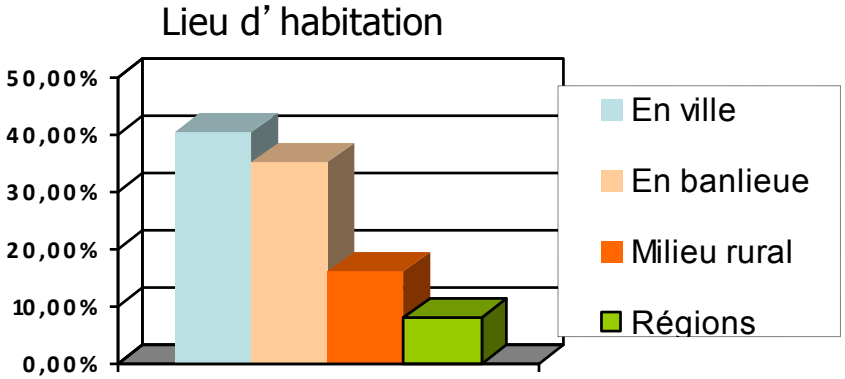


©2009 Skooiz

21. Profil des répondants







©2009 Skooiz